

SKRIPSI

NOVITA NUR RAHAYU

**HAK KONSUMEN ATAS KERUGIAN AKIBAT
PEMAKAIAN PRODUK KOSMETIK PEMUTIH**



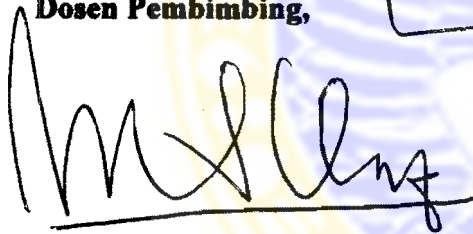
**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2002**

HAK KONSUMEN ATAS KERUGIAN AKIBAT PEMAKAIAN PRODUK KOSMETIK PEMUTIH

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT GUNA MEMPEROLEH
GELAR SARJANA HUKUM**

Dosen Pembimbing,



Hj. Moerdiati, S.H., M.S.
NIP. 130287031



Penyusun,



Novita Nur Rahayu
NIM. 039914859

**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2002**

- b. Sengketa konsumen dapat diajukan dengan gugatan ganti rugi (pasal 1365 BW). Persoalannya kalau menggunakan Pasal 1365 BW harus menggunakan sistem pembuktian yang berbeda yang digunakan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yaitu sistem beban pembuktian terbalik. Sedangkan tanggung jawab dalam sengketa konsumen mestinya melalui konstruksi yuridis tanggung gugat renteng atau "turut serta" meliputi perusahaan periklanan dan produsen (pengiklan). Namun Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 secara tegas hanya membebaskan tanggung jawab periklanan kepada perusahaan periklanan, sedangkan produsen baru dinyatakan bertanggung jawab kalau konsumen dirugikan setelah mengkonsumsi produk tersebut meskipun telah terjadi pengelabuan konsumen melalui iklan.

2. Saran

- a. Perlunya pengetatan pengawasan dengan membuat Undang-undang tentang periklanan disertai dengan perlindungan konsumen, penyadaran produsen, pelaku periklanan dan media. Saat ini regulasi yang ada tidak secara rinci mengungkapkan soal iklan sehingga sifatnya interpretatif, sehingga perlu adanya Undang-undang periklanan yang komprehensif dan disertai dengan sanksi hukum yang jelas bukan hanya sanksi etika dan moral.

Idealnya regulasi periklanan tidak hanya mengawasi materi iklan dan produknya terdaftar, tetapi juga berfungsi mengawasi agar iklan tidak membandingkan dengan produk merek lain, tidak harus tidak menyesatkan, obyektif dan informatif.

- b. Selama ini ada pandangan bahwa produk iklan adalah bagian terpisah sehingga iklan hanya mengutamakan kreatifitas dan estetika dibandingkan edukasi. Sedangkan produk mengutamakan informasi, kualitas dan keamanan produk. Seharusnya bahan produk, brosur, sampai iklannya merupakan bagian utuh sehingga tidak ada pemisahan dalam proses kreatif penciptaan iklan. Dalam penyajian iklan seharusnya tidak hanya memberikan informasi mengenai kelebihan dari kosmetika tersebut tetapi juga kekurangan yang masih ada pada kosmetika tersebut.